

Бажання відокремитися, реалізуватися та самоствердитися, бути причетним до чогось особливого, оригінального надихають користувачів Всесвітньої Мережі на створення своєї субкультури із власними законами та традиціями, яка, як і будь-яка мовна система, впливає на розвиток мови в цілому, змінюючи та поглиблюючи її, що відкриває для науковців нові горизонти досліджень.

Література

1. Молодіжний сленг як мовне явище [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://www.ji.lviv.ua/>
2. Інтернет-сленг в українському медіапросторі [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://lingvodnu.com.ua/>
3. Обережно сленг [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://www.slideshare.net/>
4. Жаргонні англіцизми [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://ru.scribd.com/>
5. Вступ до мовознавства [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://pidruchniki.ws/>
6. Інтернет-мем [Електронний ресурс] Спосіб доступу: URL: <http://vidpo.net/>

Дьолог О.С.,

кандидат філологічних наук,
доцент кафедри українознавства і мовної
підготовки іноземних громадян

Король М. В.,

студент факультету міжнародних економічних відносин
Харківський національний економічний
університет ім. С.Кузнеця

ІНТЕРНЕТ-МЕМ ЯК СУЧАСНА КОМУНІКАТИВНА ОДИНИЦЯ

Аноттація. У статті розглядаються інтернет-меми як сучасна комунікативна одиниця. Головна мета використання мема – надати емоційності повідомленню. Значного поширення в Інтернеті набули вербальні, візуальні та поєднані меми. Вони мають інтернаціональний характер. Меми є одним із найважливіших сучасних комунікативних засобів спілкування через Інтернет-мережу.

Ключові слова: мем, інтернет-мем, спілкування, Всесвітня Мережа, Інтернет, мовлення, ЗМІ, інтернет-користувачі

Abstract. In the article internet-memes are examined as modern units of communication. The main goal of the meme is to cause emotions that is to provide the emotion to the message with the meme. Internet-memes such as verbal, visual and joined became popular in the World Wide Web. Memes have an international value. Memes are one of the most important modern units of communication through the Internet.

Keywords: meme, internet-memes, communication, Global Network, Internet, speech, media, internet users.

Людство XXI століття живе у світі, заповненому найновітнішими технологіями та розробками. Ми вже давно не уявляємо свого життя без Інтернету. Побутове спілкування в мережі відрізняється від звичайного писемного спілкування. Інтернет-комунікація має свої вимоги і правила. Саме з'ясуванню особливостей спілкування в Інтернеті і присвячено дану розвідку.

Останнє десятиліття через зростання обсягу інформації спостерігається тенденція до економії мовних засобів. Мова як засіб спілкування постійно шукає оптимальну форму передачі думки, а з появою в сучасному світі інтернет-технологій інтенсивно зміцнює свої позиції нове середовище спілкування. У наші дні багато людей довгий час проводять у соціальних мережах, у яких сформувалася своя специфіка передачі інформації. У зв'язку з цим з'явився особливий вид комунікації, заснований на інтернет-мемах.

Під поняттям *мем* (англ. *meme*; у іншій транскрипції – *мім*) розуміємо одиницю культурної інформації, що поширювана від однієї людини до іншої і є найголовнішим засобом передачі емоцій та вражень під час інтернет-комунікації.

Сьогодні меми набувають все більшої популярності в мережі. Поняття мема і його концепція були вперше розроблені Річардом Докінзом в роботі «Егоїстичний ген» 1976 року [7] і пізніше – у роботі «Розширений фенотип» 1982 року [5].

Наукове поняття одиниці соціальної еволюції і подібних термінів, які використовують грецький корінь *Μνημα* (транслітерація – *mneme*) – спогад, пам'ять, вперше згадується у 1904 році німецьким біологом Річардом Семонам у науковій праці «Die Mnemische Empfindungen in ihren Beziehungen zu den Originalen empfindungen» [6]. За даними Оксфордського словника слово *mneme* з'явилося в англійській мові у 1921 році, коли книгу Р. Семона було перекладено англійською під назвою «The Mneme» [6].

Докінз стверджував, що термін «мем» (*meme*) він придумав, скоротивши грецьке слово *mimema* (грецьк. *μίμημα*) — «наслідувати», «подібність», не знаючи про термін «*mneme*». [7]

Поняття «мем» і «меметика» з 1988 року включені до Оксфордського словника англійської мови – словника, що задає нормативні категорії наукової та інформаційної сфери. [8]

Сьогодні існують такі визначення поняття *мем*:

З точки зору психології:

- мем – це основна одиниця культурної передачі чи ініціації;
- мем – це комплексна ідея, яка формує себе у вигляді чогось певного і легко запам'ятовується;
- мем – одиниця культурної спадковості, аналогічна гену;
- мем – одиниця мислення, завдяки якій здійснюється його процес.

З точки зору соціології:

- мем – одиниця суспільної взаємодії.

З точки зору культурології:

- мем – одиниця інформації, яка міститься у свідомості (мем впливає на події таким чином, щоб у свідомості інших людей утворилося більше число його копій);
- мем – одиниця культури, постійна конкуренція яких в боротьбі за увагу є основою розвитку культури.

Різні трактування обумовлені, по-перше, складністю і багатовимірністю категорії мема. По-друге, тим, що неможливо чітко визначити мінімально можливий обсяг інформації, що реплікується.

Докінз визначає мем як «одиницю передачі культури». [7]

Іншими словами, мем – одиниця культури, що сповідається її носієм. Себто, меми – це чиста інформація, у функціонуванні якої помітні фізичні і поведінкові ознаки.

Меми – це реплікатори, тобто об'єкти, що копіюють самих себе. Для мемів виживання залежить від наявності принаймні одного носія, а відтворення — від наявності того носія, який намагається поширювати зміст мема. Інформаційний зміст кожного конкретного мема впливає на ймовірність, з якою його буде скопійовано. Меми можуть змінюватися, а також комбінуватися та розділятися, що приводить до формування нових мемів. Вони беруть участь у боротьбі один з одним за необхідні ресурси (розум людей), та у кінцевому результаті піддаються природному відбору.

Меми можуть розповсюджуватися горизонтально (між представниками одного покоління), а не лише вертикально (від покоління до покоління). Меми часто утворюють групи – комплексні меми, що об'єднують декілька мемів задля спільного захоплення розумів та задля посилення у боротьбі ідей. Комплексний мем у літературі також називають мемплексом (англ. *memeplex*) – це скорочення утворено від слів «меметичний комплекс», чи то «комплекс мемів».

Головна мета мема - викликати емоції, тобто надати емоційності повідомленню, до якого мем включено, адже саме емоційна забарвленість сприяє запам'ятовуванню й поширенню вкладеного в повідомлення змісту (а часом його підкресленої беззмістовності). Більшість мемів уживають лише користувачі Інтернету, проте деякі з них, виходячи за межі ресурсу, перетворюються на популярні молодіжні сленгізми.

У процесі розвитку інформаційного суспільства виникають певні ознаки якісно нових соціально-культурних процесів та явищ. В усіх сферах діяльності детермінує принципово інше світосприйняття, яке породжує нові поняття та явища, що безпосередньо впливають на основу людського буття.

Серед таких понять та явищ особливе місце в процесі прогресуючої глобалізації світу посідає мережа Інтернету, яка охопила всі без винятку сфери життя, набула визначальної ролі в системі комунікацій та радикально змінила систему загальних суспільних стосунків, що, безумовно, вимагає інтелектуальної рефлексії. Розвиток мережі Інтернет викликав новий та ще більший сплеск зацікавленості до розуміння та ролі поняття мемів у суспільстві як способу передавання культурної інформації. Інтернет-меми почали використовуватись у середині першого десятиліття XXI століття.

Концепція і теорія мемів досліджується у межах меметики, яка намагається встановити причини виникнення мемів та механізми їх поширення. Меметика також ставить питання про ступені сприйнятливості людей до мемів та здатності до їхнього розповсюдження.

Уже давно ні для кого не секрет, що весь Інтернет, а зокрема його користувачі живуть своїм окремим, далеким від реальності життям. Вони мають свої звички, особливості поведінки та навіть розмовляють своєю окремою мовою. Часто така розмова здається набором незрозумілих фраз та висловів і часто викликає у сторонніх людей підозру в неадекватності співрозмовників. Але насправді нічого особливого у цьому немає, адже кожен із нас свідомий того факту, що майже у всіх галузях життєдіяльності людей виникає свого роду «професійний жаргон». Схожі процеси відбуваються і на теренах Інтернету, де панують інтернет-меми.

Побачивши певну фразу або картинку, «досвідчений» інтернет-користувач одразу зрозуміє, що мав на увазі його співрозмовник. Інтернет-меми являють собою якусь інформацію, яка спонтанно набула популярності у всесвітній павутині, викликають емоції, що сприяє запам'ятовуванню змісту, владеного у певне повідомлення. Крім того, меми, як і будь-які сленгізми, виокремлюють тих, хто їх розуміє та вживає, із загалу в окрему спільноту.

Інтернет-меми передаються від користувача до користувача електронною поштою, у системах миттєвого обміну повідомленнями, у блогах і на форумах. Саме інтернет-мемом стає не будь-яка інформація, а лише та, яка залишає користувачів небайдужими.

Усі інтернет-меми діляться на кілька груп:

1) У першу групу входять слова і фрази. Наприклад, один з найвідоміших мемів цієї категорії – це *ІМНО* (In my Humble Opinion – на мою скромну думку), або всесвітньо відомий *Превед*.

2) Друга група – це інтернет-меми, що представляють собою медіа-файли (відеоролики і пісні). Наприклад, ролик з виступом Едуарда Хіля кілька років тому розійшовся по Інтернету з назвою «Mr Trololo».

3) Третя група – це інтернет-меми у вигляді малюнків. Наприклад, зображення людини, що закриває обличчя рукою, називається *Facepalm* і означає «сором». Ще до таких мемів належать фотографії з підписами, наприклад, фото білої сови, яка запитує: «*RLY?*» (Спотворене «Oh, really?») [3]

4) Четверта група – креолізовані меми, які складаються з двох частин: вербальної (мовленнєвої) і невербальної (належить до інших знакових систем). Отже, компонентами креолізованого тексту є вербальна частина (напис / підпис) та іконічна частина (малюнок, фотографія, таблиця). У різних типах текстів вони зустрічаються у різних комбінаціях.

Інтернет-меми набули настільки великої популярності серед користувачів мережі, що навіть були створені інтернет-енциклопедії, у яких зібрано різноманітні меми. Відомими представниками таких мемопедій є англomовні *Encyclopædia Dramatica*, *Uncyclopedia*, *Lurkmore.com*, російськомовна *Lurkmore.to* та україномовні *Енциклопедія Драматика*, *Файна Меморія та Інциклопедія*

Значного поширення в Інтернеті набули такі види мемів: вербальні, візуальні та поєднані.

Яскравими прикладами візуальних мемів є:

Донкі-хот. Така, на перший погляд, неграмотно записана назва літературного героя насправді розкладається на англійські слова *donkey* – «віслук» – та *hot* – «гарячий, сексуальний». У ролі мема використовується відтоді, як на одному з чатів дописувач Памідор попросив стисло розповісти, про що це там йдеться в Сервантеса, бо «читати йому неохота». Таке прохання викликало зливу саркастичних коментарів. Мем *Донкі-хот* перетворився на назвисько такого собі мережевого Митрофанушки.

Мопед не мій, я просто розмістив оголошення. Цей мем народився на форумі одного з українських сайтів, присвячених обговоренню мотоциклів. Хтось із дописувачів запропонував продати моторолер і виклав його фотографію. Коли ж продавець закидали уточнювальними запитаннями, він відповів реченням, яке настільки припало до душі учасникам форуму, що за нетривалий час набралось понад 300 сторінок дотепних коментарів. Мем застосовується як іронічна відповідь людині, яка прагне уникнути відповідальності. [1]

Мем може бути не лише словом або фразою, а й малюнком, фотографією, відеороликом. Найпоширеніші в мережі візуальні інтернет-меми такі:

Божевільне жабення (Crazy Frog). Західноєвропейський інтернет-мем, зображення віртуального виконавця пісень, розроблене засобами 3D-графіки. Використовується як реклама для збуту комерційних продуктів.

Шнаппи (en:Schnappi) – західноєвропейський інтернет-мем, який у 2004 році популяризував створену 2001 року дитячу пісню з німецького телешоу. 2005 року пісня, втілена

в музичний сингл і мультиплікаційний кліп телевізійного формату, потрапила на перше місце в музичних чартах в Німеччині. Згодом кліп був у ротатії і на музичних телеканалах інших країн.

Серед інтернет-мемів, утворених поєднанням зображення з підписом, найпопулярніші такі:

Погладь кота. Фотографії котів-манулів з різними підписами популярності набули з осені 2008 року. Очевидно, цікавість викликав екзотичний вигляд цих диких тварин, що живуть у степах Центральної та Середньої Азії. У непривітному погляді кота (до речі, зіниці в манула не вертикальні, а круглі), який практично не піддається прирученню, читається лють і загроза. Стандартний сюжет таких колажів – підпис «Погладь кота» в різних варіаціях під «грізним писком уредного манула».

I want to believe. Це плакат із зображенням літаючої тарілки з кабінету героя телесеріалу «Секретні матеріали» агента Малдера. Плакат став улюбленим об'єктом фотошопа: тільки лінивий не розміщував на тій тарілці портрети відомих музикантів чи політиків.

Цікаво, що деякі англійські вирази мають українські смислові меми-відповідники. Наприклад, *LOL* (laughing out loud – голосно сміюся) – в інтерпретації *ржунімагу*.

Ставлення до мемів різне: хтось вважає інтернет-меми інформаційним сміттям, хтось із радістю підхоплює кожен новий мем. Проте інтернет-спілкування все більше входить у сьогодення. Таким чином, меми стають ознакою сучасної комунікації і тому заслуговують на докладне наукове вивчення. У цьому напрямку закордонні дослідники зробили певні дослідження, результатом чого стало нещодавнє внесення до Великого Оксфордського словника виразів з мережевого сленгу — *OMG* (Oh my God – О, Боже мій) і *LOL* (laughing out loud – голосно сміюся), а також символ <3, що замінює дієслово *любити*. [9]

Як повідомляється на сайті OEDOnline, вирази *OMG* і *LOL* уже вийшли за межі всесвітньої мережі й поширилися в друкованих виданнях та писемному мовленні. Більше того, перша згадка про *OMG* на письмі відноситься ще до 1917 року — таке поєднання літер використовували в особистому листуванні. Вираз *LOL* уживали ще в 60-х роках ХХ століття, але в іншому значенні: тоді він стосувався літніх жінок (little old lady). Окремо укладачі словника відмічають включення до словника символу <3, котрий замінює дієслово *любити* або, як його позначають автори словника, дієслівну форму слова *серце*.

LOL, *OMG* і <3 — не перші вислови з мережевого сленгу, що потрапили в Оксфордський словник. Раніше до нього увійшли *IMHO* (in my humble opinion — на мою скромну думку), *TMI* (too much information — занадто багато інформації) і *BFF* (best friends forever – найкращі друзі навіки). [4]

Отже, кількість мемів зростає з кожним днем. Вони мають інтернаціональний характер. Меми є одним із найважливіших комунікативних засобів спілкування через Інтернет-мережу. Меми розповсюдились по всьому світу. Але найбільше поширення відбувається в країнах із розвинутою інфраструктурою. З кожним роком меми набувають все більшої популярності. Легкість їхнього поширення зростає за рахунок все більшого розповсюдження та доступності медійних і технічних засобів. Меми, які набули популярності в Україні, мають інтернаціональний характер. Взагалі, існує тенденція збільшення кількості інтернаціональних мемів. Комунікативна роль мемів за рахунок їхньої інтернаціональності, безумовно, зростатиме, що становитиме подальший науковий інтерес дослідників.

Література

1. <http://allfacebook.com.ua/tips/kak-otpraviv-internet-memyi-v-chate-feysbuka/>
2. http://dramatica.org.ua/Світові_меми#Світові_меми
3. http://total.kz/hitech/internet/2013/02/13/twitter_legalizoval_memy_s_kotik
4. <http://trollbar.net/smajly-v-tvittere/>
5. <http://uk.wikipedia.org/wiki/Мем>
6. Броуди Р. Психические вирусы. Как программируют ваше сознание/Р.Броуди. – М., 2007. – 304с.
7. Докинс Р. Эгоистичный ген/Р.Докинс. – М.:Мир, 1993. – 318с.
8. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура тайно воздействует на наше сознание/Д.Рашкофф; пер. с англ. Д.Борисова. – М.:УльтраКультура, 2003. – 368с.
9. Томахин Г.Д. Реалии-американизмы/Томахин Г.Д. – М.: Высшая школа, 1988. – 239с.